

# Estudo Técnico Preliminar 16/2023

## 1. Informações Básicas

Número do processo: 00179.00000209/2023-27

## 2. Descrição da necessidade

Embora a comunicação do CAU/SP faça uso diário e constante dos meios disponíveis para publicação de conteúdo institucional, atendendo a todos os setores do Conselho, constata-se que há uma limitação quanto à escalabilidade da distribuição desse conteúdo quando considerado o potencial das plataformas e ferramentas utilizadas.

Tendo em vista essa ainda não atendida necessidade de ampliação do alcance das ações de comunicação do CAU/SP para os profissionais arquitetos e urbanistas e a sociedade como um todo, é indispensável a exploração de canais de comunicação além dos já disponíveis e utilizados pelo Conselho.

Objetivando intensificar os relacionamentos com o público, promover o reconhecimento de marca e aumentar a percepção de sua presença para profissionais e estudantes, a imagem e a identidade do CAU/SP devem ser introduzidas com maior notoriedade em espaços onde seu público e a sociedade civil convive e interage, de modo a também atrair esse público potencial para seus principais canais de comunicação.

Por não ter a propriedade ou a concessão, mas necessitando de licença temporária para utilização de espaços destinados à inserção de peças de divulgação, pelas razões apresentadas acima, solicita-se a contratação de empresa especializada cuja atividade é o intermédio da obtenção da licença para uso desses espaços para publicação de peças de divulgação da marca do CAU/SP.

## 3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
CAUSP/CHG/COMUNIC	Fernanda Correa da Silva Costa

## 4. Descrição dos Requisitos da Contratação

De modo a atender as necessidades de veiculação de mídia do CAU/SP, faz-se necessária a contratação de uma empresa que possa, através dos esforços de recursos humanos, materiais e intelectuais próprios, realizar a aquisição dos espaços publicitários definidos no plano de veiculação da campanha publicitária.

Assim, a empresa deve ter experiência comprovada na prestação de serviços de contratação de espaços publicitários em diferentes tipos de mídia, além de possuir em seu quadro profissionais qualificados com conhecimento do mercado publicitário, e informações atualizadas sobre as

melhores opções de espaços publicitários em cada tipo de mídia, bem como sobre os preços praticados pelo mercado.

Também, é importante que a empresa possua sistemas e tecnologias que facilitem a gestão dos espaços publicitários, permitindo um acompanhamento eficiente da campanha e dos resultados obtidos. O atendimento deve ter um suporte ágil e eficiente para responder a eventuais dúvidas e problemas que possam surgir durante o processo de contratação e gestão dos espaços.

Para fins de transparência, ética e para auxiliar o CAU/SP no que compete às boas práticas, a empresa precisa atuar em conformidade com as regulamentações e leis ambientais brasileiras que se aplicam à publicidade, incluindo o CONAMA 264/1999, a Lei nº 12.305/2010 (Política Nacional de Resíduos Sólidos) e a Lei nº 9.605/1998 (Lei de Crimes Ambientais), além de considerar a sustentabilidade na escolha dos veículos de publicidade e locais de veiculação, buscando minimizar os impactos ambientais.

Para contemplar as demandas apresentadas no presente Estudo Técnico Preliminar, de acordo com o planejamento da campanha publicitária e a factibilidade considerando o orçamento, analisaram-se as seguintes configurações de produtos para o atendimento das necessidades do Conselho:

CANAL	TIPO DE ATIVO	FORMATO	QTDE FACES/ INSERÇÕES
Monitores Residenciais	Vídeo	Anúncio 15s	1044
Front Light	Imagem	Não definido	10
Relógio Estático	Imagem	Não definido	45
Outdoor Lonado	Imagem	Lona Impressa 9m x 3m	20

## 5. Levantamento de Mercado

Durante a pesquisa de preços, 3 empresas preencheram uma tabela-modelo com valores dos produtos, custos e descontos, calculando cada uma valores distintos para as mesmas quantidades.

Com tais respostas, teve-se um cálculo das médias das três propostas de forma a chegar a um valor médio de mercado, como pode ser observado na tabela 5.1, a seguir:

CANAL	VALOR PRODUÇÃO	VALOR BRUTO UNITÁRIO	VALOR BRUTO TOTAL	DESCONTO APLICÁVEL	VALOR FINAL DESCONTADO	VALOR FINAL + PRODUÇÃO
Monitores Residenciais	R\$ 2.333,33	R\$ 108,67	R\$ 113.448,00	39%	R\$ 70.240,32	R\$ 72.573,65
Front Light	R\$ 3.500,00	R\$ 15.666,67	R\$ 156.666,67	44%	R\$ 91.513,33	R\$ 95.013,33

Relógio Estático	R\$ 3.350,00	R\$ 4.490,00	R\$ 202.050,00	42%	R\$ 110.100,00	R\$ 113.450,00
Outdoor Lonado	R\$ 3.380,00	R\$ 14.880,00	R\$ 297.600,00	48%	R\$ 117.180,00	R\$ 120.560,00
<b>TOTAIS</b>	<b>R\$ 12.563,33</b>	<b>R\$ 8.786,33</b>	<b>R\$ 769.764,67</b>	<b>43%</b>	<b>R\$ 389.033,65</b>	<b>R\$ 401.596,99</b>

Tabela 5.1 (Resumo)

## 6. Descrição da solução como um todo

A aquisição de direitos de uso de espaços publicitários pode ser entendida como uma solução de publicidade, especificamente porque permite que o CAU/SP possa divulgar suas ideias, princípios, iniciativas e políticas públicas em meios e veículos de comunicação tradicionais (off-line), como outdoors, transportes públicos, locais públicos com considerável tráfego de pedestres, entre outros.

Ao contratar a aquisição de espaços publicitários, o CAU/SP pode veicular suas mensagens para um público mais amplo, que de outra forma poderia não ser alcançado por outros meios de comunicação. Isso pode ajudar a promover a conscientização sobre nossas iniciativas e projetos, e melhorar o relacionamento e a comunicação com a sociedade.

Além disso, a aquisição de espaços publicitários pode ajudar a concorrer pela atenção e pelo entendimento do público, frente ao imenso volume de conteúdos divulgados pela iniciativa privada e dos espaços publicitários exíguos. É uma forma de garantir que as mensagens do CAU/SP sejam vistas e ouvidas pelos profissionais e estudantes arquitetos e urbanistas, bem como cidadãos em geral, ajudando a consolidar a sua imagem e reputação.

## 7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

As quantidades de espaços de mídia estão descritas a seguir, em conformidade com planejamento de mídia previamente contratado:

- 1044 inserções de vídeo em monitores de elevadores de prédios residenciais e comerciais com canais de mídia próprio ou contratado;
- 20 inserções de imagem em outdoor do tipo lonado;
- 10 inserções de imagem em outdoor do tipo front light;
- 45 inserções de imagem em relógios estáticos.

## 8. Estimativa do Valor da Contratação

**Valor (R\$):** 401.596,99

A estimativa do valor da contratação é de R\$ 401.596,99, conforme obtido em levantamento de mercado.

## 9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

O objeto descrito é composto por itens divisíveis, de acordo com suas características técnicas e peculiaridades de comercialização no mercado. Considerando as quantidades estimadas de inserções de vídeo em monitores de elevadores, inserções de imagem em outdoor e relógios estáticos, é viável e aconselhável o parcelamento da solução.

A adoção do parcelamento se justifica, primeiro, pela flexibilização orçamentária que pode proporcionar. O parcelamento permite distribuir os custos ao longo do tempo, aliviando a carga financeira imediata e facilitando o planejamento e a execução do contrato. Dessa forma, o CAU/SP pode ajustar suas despesas de acordo com as disponibilidades financeiras e evitar impactos negativos no fluxo de caixa.

Também, pode ser necessária a diversificação de fornecedores. O parcelamento possibilita a abertura de oportunidades para diferentes fornecedores participarem do processo de licitação, permitindo a concorrência entre eles. Isso pode resultar em propostas mais vantajosas para o CAU/SP, tanto em termos de preços quanto de qualidade dos espaços publicitários oferecidos.

Ainda, pode resultar em melhor gerenciamento e controle. Ao parcelar a solução, o CAU/SP poderá acompanhar de forma mais precisa a execução e o desempenho de cada etapa, garantindo maior controle sobre o processo e a qualidade dos serviços contratados. Isso possibilita uma gestão mais eficiente e facilita eventuais ajustes ou correções necessárias ao longo do contrato.

Considerando essas justificativas, recomenda-se o parcelamento da solução em lotes, de acordo com os diferentes tipos de espaços publicitários a serem adquiridos. Dessa forma, o critério de adjudicação poderá ser estabelecido por item ou grupos de itens, permitindo uma análise mais detalhada das propostas e uma seleção mais precisa dos fornecedores.

Assim, a opção pelo parcelamento é adequada para atender às necessidades do CAU/SP, permitindo uma gestão mais eficiente, controle dos recursos financeiros e ampliação do leque de fornecedores.

## 10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Além de esforços de pessoal interno, a execução do objeto deverá ter apoio nos recursos e serviços obtidos através do contrato 015/2022, entre o CAU/SP e a Medialink Comunicação e Marketing LTDA.

## 11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

A contratação está prevista no plano anual de contratações do CAU/SP, no seguinte centro de custos:

01.01.001.005 - 10+ Comunicação

## **12. Benefícios a serem alcançados com a contratação**

Com a contratação de serviços de aquisição de licenças para uso de espaços publicitários através de uma empresa especializada, o Conselho de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo (CAU/SP) atinge um dos seus principais objetivos estratégicos, que é estabelecer um relacionamento e comunicação mais próxima com a sociedade. Isso não apenas valoriza a profissão de arquitetos e urbanistas, mas também destaca o importante papel que eles desempenham na promoção de cidades mais saudáveis, justas, democráticas e sustentáveis, graças à melhor qualidade técnica dos serviços prestados.

Dessa forma, o CAU/SP procura alcançar o maior público possível com mensagens adequadas e eficazes, a fim de competir pela atenção e compreensão do cidadão, em meio a um enorme volume de conteúdo divulgado pela iniciativa privada e com espaços publicitários limitados. É essencial que os arquitetos e urbanistas possam comunicar de forma clara e eficaz a sua visão para a construção de cidades melhores, e é por isso que o uso de espaços publicitários é tão importante.

Ao investir na publicidade, o CAU/SP pode destacar a importância de seu trabalho para a sociedade, promovendo sua missão e valores de uma forma mais ampla e efetiva. Além disso, a aquisição de licenças para uso de espaços publicitários por meio de uma empresa especializada pode ajudar a maximizar o impacto das campanhas publicitárias, garantindo que as mensagens sejam veiculadas nos momentos e locais mais adequados e que atinjam o público-alvo de forma mais efetiva.

Por fim, é importante ressaltar que a publicidade é uma ferramenta valiosa para estabelecer uma conexão mais forte entre o CAU/SP e a sociedade, ajudando a construir uma imagem positiva e a promover a conscientização sobre a importância da arquitetura e urbanismo para a construção de cidades mais saudáveis, justas, democráticas e sustentáveis.

## **13. Providências a serem Adotadas**

Antes da celebração do contrato, a Administração deverá tão somente realizar o pré-empenho orçamentário necessário para viabilizar a contratação.

## **14. Possíveis Impactos Ambientais**

A utilização de espaços publicitários pode ter impactos ambientais significativos e, por isso, é fundamental que sejam respeitadas as regulamentações e leis ambientais brasileiras. Em relação aos espaços publicitários, é importante observar as diretrizes estabelecidas pela Lei nº 12.305 /2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos, e determina a responsabilidade compartilhada entre os geradores de resíduos, o poder público e a sociedade em geral.

Além disso, a Lei nº 9.605/1998, conhecida como Lei de Crimes Ambientais, prevê penalidades para aqueles que realizam atividades potencialmente poluidoras sem a devida autorização dos órgãos ambientais competentes. Ainda, a Lei nº 6.938/1981, que dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, estabelece a necessidade de se promover a educação ambiental e o controle e a fiscalização das atividades que possam causar degradação ambiental.

No que diz respeito aos impactos diretos dos usos de espaços publicitários objetos deste estudo, é importante considerar a quantidade de resíduos gerados durante a produção, instalação e remoção das peças publicitárias, bem como o consumo energético das mídias que utilizam iluminação e outras formas de energia para sua exibição. Dessa forma, é necessário que a produção e instalação das peças publicitárias sejam realizadas de forma consciente e sustentável, utilizando materiais de baixo impacto ambiental e evitando desperdícios de energia.

Além disso, é importante observar a localização dos espaços publicitários, evitando áreas de preservação ambiental ou de interesse cultural e histórico, que possam ser afetadas pela instalação de estruturas publicitárias. Em resumo, a aquisição de espaços publicitários deve estar em conformidade com as regulamentações e leis ambientais brasileiras, visando minimizar seus possíveis impactos ambientais e promovendo uma relação mais sustentável com o meio ambiente.

## 15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

### 15.1. Justificativa da Viabilidade

A contratação é viável, uma vez que o orçamento necessário está disponível e todas as providências prévias serão tomadas de maneira eficiente e sem obstáculos, garantindo a adequada execução contratual. A contratação permitirá ampliar a divulgação das ações do CAU/SP, fortalecendo sua presença junto aos profissionais, estudantes e sociedade em geral, contribuindo para o reconhecimento da marca e a consolidação de sua imagem.

## 16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

**FERNANDA CORREA DA SILVA COSTA**

Coordenadora de Comunicação

**ADRIANO BATISTA BARBOZA**

Assistente Administrativo